

はじめに

日本語・韓国語・中国語では“地理”と表現している事柄を英語では **Geography** と表現する。**Geo** は地域や地形、地質、地球のことであり、**graph** は表すこと、見ること、観察することである。英語としての意を訳せば“地域の観察”ということになるのだろう。これに対して、東洋の地理はどうだろうか。“地”は当然地域や地球のことであり（どちらかといえば地域）、理は理論や理屈、理由ということになるだろう。すなわち、地域の自然（地形や地質など）と人文（歴史や社会構造）を見て考える（感じとる）ことかもしれない。地理学とは、我々が現地に出向き、地域を見て感じ、考え、議論することではなかろうか。だとすれば、現地に行くこと“旅行”が必要条件ということになる。

地理旅行とは

韓国には、近年の造語として、地理旅行という言葉がある。これは建国大学の JK 朴教授によって作られたものであるが、彼は 20 年前から JoTra (**Joyful Travel**) という HP を立ちあげていた。そこには韓国写真 **Bank** があり、建国大学の地理学科の野外実習（巡検）の様子や名所等の解説が掲載されていた。朴教授はこれを基に、2012 年に韓国地理旅行という教科書を出版することになった（アンラッキーだが韓国語でしか書かれていない）。

実際のところ、建国大学地理学科の定員はこの 15 年で半減した（58 人⇒28 人）。韓国も我が国以上に少子化が進み大学生の数が減少している。ちょっと信じられないが、首都圏（ソウル）の大学が定員を地方大学に提供することで資金を得る（トレード）ことも行われており、まるで東京駅の上空スペースを周辺ビルに売却したようなことが起こっている。そんな中、建国大学は、先ず授業を電子配信することから始めたが、この地理旅行は現地に行くというコンセプトから、大学主催の市民講座や日本でいう放送大学の実習講座になり、今では年間 6 回の国内旅行（1 泊 2 日）や毎年 1 回の海外旅行が企画され、毎回 30 名を超える参加者が訪れている（当然のことだがガイドは朴教授）。これが以外にも好評なため、韓国の観光庁が今年から、年間 24 回の 1 泊 2 日ツアーを実施することになった。ここでは韓国各地の地理を専攻する大学の教授と准教授がガイドに当たるらしいが、すでに定員を満たす集客があったらしい。朴教授としては、**Geography** を超えた“地理”を伝えたいらしいが、大学や政府としては“**Discover Korea**（韓国再発見）”の意図が大きいらしく、少しジレンマもあるようだ。

流域を旅すること

朴教授は、必ずと言っていいほど、河川に沿った旅行ルートを作る。上流で水が湧き出

すところから、農作物を作るところ、そしてそれを生み出す地形、さらには下流の都市やそこで生まれる文化遺産などを巡る旅である。これは彼の研究人生が河川学者としてスタートしたことに起因するかもしれない。しかし、私も地理旅行を企画すれば同様のことを考えるだろう。世界遺産記念 DVD “NHK スペシャル；富士山ー水めぐる神秘ー” では、山頂に降る一滴の雨から話を始めたことがその証拠である。このように自然科学を学んだ者であれば、流域を旅するとき、旅は上流から始めるし、自然が人を育み文化を形成すると思えるのが当然である。ところが、もしこれを社会学者が企画したらどうだろう。人々が湾岸部に町を作るところから物語を始めないだろうか。そのために内陸に農業が発達し、それを支える水（河川）がある。人々は生活や地域のランドマークとして記念碑を作り、心のよりどころである寺院などを作るというツアーを企画するだろう。

地理旅行が、地理を基本としているからこそ旅を上流から始めるので、観光旅行との違いは自然から人文へという流れを見せられることである。この意味で、先に述べた人文から自然を探る社会学者の旅行も立派な地理旅行であり、ストーリーのない観光旅行との大きな違いがそこにはある。はじめは誰も地理旅行と観光旅行の違いを区別できないかもしれない、場合によってはグルメ旅行や買い物旅行とも混同されかねない。しかし、その違いが感じられれば、いずれ理解につながると考える。

日本にも必要？

近年の科学の2大巨頭と言え、もちろん経済学と心理学だが、その両方を支えているのが統計学である（悲しいことに地球科学は近代を代表する学問でないし、統計学を身につけた地球科学関係者もほとんどいない）。これらの近年科学の共通理論と地理旅行について考えた。先ず経済学者であるドラッカー（イノベーションと企業家精神）と統計学者の西内啓（統計学が最強の学問）の共通点は、①的確な現象把握；現象を把握するためにきちんとデータを取り分析すること。やみくもにビックデータを集めて分布論を語るのではなく、しっかりと分析し、方向性や事象の順番づけを把握すること。データを見せたときに“（分布は分かったよ）それで”という質問を受けるのは最悪で、“そうなんだ”と理論を納得させられる分析をすることが必要である。次に②対話；自分が対峙する事象に関わった一人ひとりと十分に対話すること。相手の考えを引き出し、その経緯を把握すること、と述べている。ここまで言うと、これらは心理学者アドラーの調査方法とも全く同じである。（しかし、アドラーは一人で研究していたので次の項目には合致しないが）、③議論；事に当たる前に十分にチーム内で議論し、企画の目的や意味、各自の分担、仕事のステップなどをしっかりと話し合うことが必要とされている。まるで当たり前のようだが、これらを違った学問分野の名著が同様に語っている。さらに言えば、いざ決戦となった時には、ライバルを作らない戦い方や圧倒的な勝利を収めることの重要性も同様に説いている。それがイノベーションである。

これを地理旅行に当てはめると、地域を理解するデータを集積し、地域の人とふれあい、

話し合っ、理解のためにたくさん議論する。そしてこの情報を独自の形で発信すること、それを大衆が積極的に受け入れたいと思うことが地球科学のイノベーションになるのかもしれない。

我が国の地球科学情報とインターネット

丸井（2016）は水循環基本法と同計画の設立によって、我が国の国土情報が電子化され公開されていることを示している（表1）。しかし、一般のインターネットに比べて国の発信する情報はまだまだ難解である（一般人にとって、北海道は上にあるものだから）。専門家であればグーグルやウィキペディアなどと合わせれば事前情報はかなり確立できるが、一般人向けにこれを通訳する人がいないという現状がある。韓国でいう朴教授に相当するトランスレータがいないのである。もし誰かがこれをするようになれば、ライバルのいない一人勝ちの状況を迎えるであろう。余談だがコンビニ店の競争なら、いずれ淘汰され一人勝ちの状態を作るのが経済原理だが、このイノベーションであればライバルがいないので、ハナから一人勝ちであることは間違いない。繰り返すが、我が国は国が積極的に国土情報を発信し始めた。この機会を使って、地球科学を大衆に広めることができれば、それはドラッガーの言うアイデアである。

表1 国が発信するわが国のデータベース：

これらのデータベースは公開されており、これらを活用することで、国土の3次元“水マップ”を作ることができる。

	表流水	地下水
蒸発・降下	<ul style="list-style-type: none"> ・過去の気象データ検索（国土交通省 気象庁） ・気象データベース地上観測 version3.10（気象業務支援センター） ・気象データベース・アメダス：フルセット版 version 3.20（気象業務支援センター） ・全国酸性雨データベース（国立環境研究所） 	
浸透・流動	<ul style="list-style-type: none"> ・地下水質測定結果（環境省） ・水調査（国土交通省） ・主要水系調査（一級水系）（国土交通省） ・都道府県水調査（二級水系）（国土交通省） ・水文水質データベース（国土交通省） ・ダム諸量データベース（国土交通省） 	<ul style="list-style-type: none"> ・水基本調査（国土交通省） ・地下水調査（国土交通省） ・地下水（深井戸）資料台帳（国土交通省） ・地下水マップ（国土交通省） ・水文環境図／水理地質図（地質調査総合センター） ・全国堆積層データベース（地質調査総合センター）

	<ul style="list-style-type: none"> ・河川環境データベース（国土交通省） ・日本の重要湿地 500（環境省） ・摩周湖データベース（国立環境研究所） ・霞ヶ浦データベース（国立環境研究所） ・地質環境関連データベース（千葉県） ・給水装置データベース（厚生労働省） ・水道水質データベース（日本水道協会） ・森林降水溪流水質データベース（森林総合研究所） 	<ul style="list-style-type: none"> ・地震に関連する地下水観測データベース Well Web（地質調査総合センター） ・深層地下水データベース（地質調査総合センター） ・いどじびき（地質調査総合センター：非公開） ・造水技術データベース（造水促進センター）
海岸・沿岸	<ul style="list-style-type: none"> ・伊勢湾環境データベース（国土交通省） ・大阪湾環境情報クリアリングハウス（国土交通省近畿地方整備局） 	

おわりに

企画者にとって、言葉や行動、事業には定義が必要で、目的がなければならぬ。しかし、心理学的に言えば、論理的な理解よりも、事態や状況を定義されることに心地よさを感じるタイプの人も多い。企画者は十分な情報を整備して、一人ひとりのニーズをしっかりと聴かなくてはならない。盤石な一人勝ちを続けるためにアイデアを更新し続けるイノベーションを確立してほしい。

参考文献

Park, JongKwan: The promotion of content composition of Geotravel as a new way of tourism. 大韓地理学会 50-1. 2015 Feb（韓国語）

ドラッグー：イノベーションと企業家精神、ダイヤモンド社（2015、和訳版）

西内啓：統計学が最強の学問、ダイヤモンド社（2013）

丸井敦尚：水循環基本計画ならびに地下水保全のためのデータ整備状況、日本地下水学会（受理印刷中、2016 出版予定）